

4849 Marketing-Wochenkursus – erwerben Sie Marketingkompetenz

Was bringt Ihnen den entscheidenden Vorsprung vor Ihren Wettbewerbern? Wie schaffen Sie es, Ihrer Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein? Spitzenleistungen in Marketing und Vertrieb erfordern ein profundes, praxiserprobtes Profiwissen. Nur so schaffen Sie ein Fundament, von dem aus Sie effektiv planen und handeln können – denn nur die Besten setzen sich im Konkurrenzkampf durch. Das Seminar zeigt auf, wie das in der Praxis gelingt.

Teilnehmerkreis:

Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aus Marketing und Vertrieb und Führungskräfte mit mehrjähriger Berufserfahrung, die zusätzlich zu ihrer bisherigen Aufgabe, mehr Verantwortung für Marketing übernehmen und das Kundenpotenzial ihres Unternehmens weiter entwickeln möchten.

Beispiele:

- Projektleiter
- Laborleiter
- Leiter Produktion, F & E, Logistik
- Leiter Controlling, Recht,
- Personal, IT
- Assistenz der Geschäftsführung

Termin:

Termin und Ort auf Anfrage

Zeitplan:

1. Tag: 10.00 Uhr – 18.00 Uhr
2. bis 4. Tag: 09.00 Uhr – 18.00 Uhr
5. Tag: 09.00 Uhr – 17.00 Uhr

Tagungshotel:

Hotel- und Anreisebeschreibung erhalten Sie zusammen mit Ihren Anmeldeunterlagen, ein Zimmerkontingent steht für Sie zur Verfügung.

Teilnahmegebühr:

€ 2.500,- inkl. Tagungsunterlagen, Mittagessen und Erfrischungen zzgl. MwSt.

Frühbucherrabatt

Bei Anmeldungen bis zu 3 Monaten vor Seminarbeginn erhalten Sie 10 % Rabatt.

Inhalte:

- Einführung, Komponenten des Marketing, Trends und Entwicklungen
- Kundennutzen, Kundenerwartungen, Kundenzufriedenheit
- Marktsegmentierung, Differenzierung und Positionierung, Marketingkennziffern
- Marktforschung
- Bestimmung des Marketing-Mix
 - Produkt und Sortiment
 - Preis und Konditionen
 - Distribution und Vertrieb
 - Kommunikation und Promotion
- Produktlebenszyklus, Kaufprozessanalyse, Produkteinführung
- Grundgesetze des Marketing
- Besonderheiten in
 - Konsumgütermärkten
 - Investitionsgütermärkten
 - Dienstleistungsmärkten
- Das Marketingleitbild als Orientierung für die operative und strategische Arbeit
- Umgang mit Unsicherheit und Unschärfe
- Strategische Wettbewerbsanalyse (Branchenstrukturanalyse) als Voraussetzung der langfristigen Renditesicherung
- Umgang mit Unsicherheit und Unschärfe
- Erkennen und Aufbauen strategischer Erfolgsstrategien in verschiedenen Branchen
- Identifikation und Nutzung von Erfolgsfaktoren
- Die eigene Wettbewerbsstrategie entwickeln und umsetzen
- Wie Sie echte Alleinstellung in Ihren Märkten erreichen

Ihr Nutzen:

- Vermittlung von Grundlagen- und Aufbauwissen zum Thema Marketing mit den relevanten Tools und Methoden zur Anwendung in der Praxis
- Erarbeitung der notwendigen Informationen und Daten zur Markt-/Wettbewerbs- und Umfeldsituation
- Wissen über den Aufbau und die inhaltliche Gestaltung von Marketingplänen und Markteinführungsstrategien
- Entwicklung zielgerichteter Marketingstrategien und deren operative Umsetzung durch das Marketing-Mix

Methodik:

Im Seminar findet ein situationsbezogener aktivierender Methoden-Mix Anwendung: strukturierter Dialog, Moderation, Gruppendialog und Erfahrungsaustausch, Fallstudien aus Arbeitssituationen der Teilnehmer, Kurzvorträge.

Ihre Experten:

Mirko Düssel u.a. Experten der GME Schule der Manager